162 204
16-10

U 4

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

M. en C. Roberto Hernández Sampieri
Escuela Superior de Comercio y Administración
Instituto Politécnico Nacional

Dr. Carlos Fernández Collado
Escuela Superior de Comercio y Administración
Instituto Politécnico Nacional y
Annenberg School for Communication
University of Pennsylvania

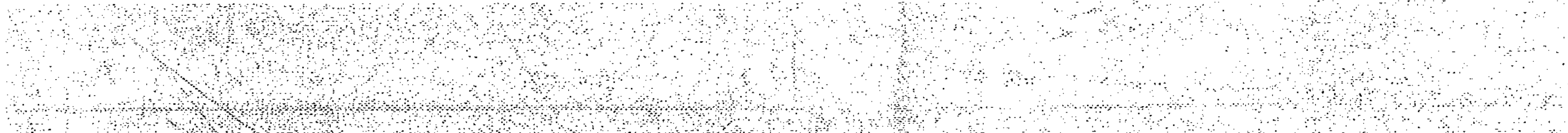
Dra. Pilar Baptista Lucio
Escuela de Psicología
Universidad Anáhuac

Revisión Técnica:

Ma. de la Luz Casas Pérez
Maestría en Comunicación
McGill University, Montreal (Canadá)
Profesora de la División de Administración,
Ciencias Sociales y Humanidades
Instituto Tecnológico y de Estudios
Superiores de Monterrey, Campus Morelos

McGRAW-HILL

MÉXICO • BUENOS AIRES • CARACAS • GUATEMALA • LISBOA • MADRID • NUEVA YORK
PANAMÁ • SAN JUAN • SANTAFÉ DE BOGOTÁ • SANTIAGO • SÃO PAULO
AUCKLAN • HAMBURGO • LONDRES • MILÁN • MONTREAL • NUEVA DELHI • PARÍS
SAN FRANCISCO • SINGAPUR • ST. LOUIS • SIDNEY • TOKIO • TORONTO









necesaria para después integrarla y desarrollar el marco teórico. Al respecto, es recomendable anotar todos los datos completos de identificación de la referencia (como se mencionará a continuación). Desde luego, podría darse el caso de que estemos revisando una referencia, y por alguna razón ésta tenga que devolverse inmediatamente y no sea posible recuperarla sino hasta dentro de un largo plazo (digamos un mes). Entonces podemos anotar los datos necesarios para volver a localizarla, evitando así que se nos olviden. Pueden darse algunas situaciones que hagan conveniente anotar, por lo pronto, las referencias completas (cierres de bibliotecas o videotecas, por ejemplo), para después recopilar toda la demás información que se requiera. En estos casos, y si estamos acudiendo a varias bibliotecas para localizar fuentes primarias, también conviene anotar el lugar donde se localiza la referencia e incluso —de ser posible— su clave dentro del sistema de clasificación de la biblioteca, hemeroteca o videoteca (o similar).

3.3.4. Extracción y recopilación de la información de interés en la literatura

Existen diversas maneras de recopilar la información que se extraiga de las referencias, de hecho cada persona puede idear su propio método de acuerdo a la forma en que trabaja. Algunos autores sugieren el uso de fichas (Rojas, 1981; Pardinas, 1975; Garza, 1976; y Becker y Gustafson, 1976). Sin embargo, la información también puede recopilarse en hojas sueltas, libretas o cuadernos; hay incluso quien la graba en casetes. La manera de recopilarla es lo de menos, lo importante es que se extraigan los datos e ideas necesarias para la elaboración del marco teórico. En algunos casos únicamente se extrae una idea, comentario o cifra, en cambio en otros se extraen varias ideas, se resume la referencia (por ejemplo, los resultados de una investigación) o se reproducen textualmente partes del documento. En cualquier caso, lo que sí resulta indispensable es anotar la referencia completa de donde se extrajo la información según el tipo de que se trate:

Libros

Título y subtítulo del libro, nombre(s) del(los) autor(es), lugar y año de edición, nombre de la editorial y cuando se trate de una reimpresión, el número de ésta.

Capítulos de libros escritos, cuando éstos fueron escritos por varios autores y recopilados por una o varias personas (compilaciones)

Título, subtítulo y número del capítulo, nombres(s) del(los) autor(es) del capítulo, título y subtítulo del libro, nombre(s) del(los) compilador(es) o editor(es) (que es diferente a la editorial), lugar y año de edición, página del libro en la que comienza el capítulo y página en dónde termina, nombre de la editorial, número de reimpresión (si es el caso). Cuando el capítulo ha sido publicado anteriormente en otra fuente, la

cita completa donde se expuso o publicó (siempre y cuando lo incluya el libro, generalmente aparece esta cita en alguna parte de él).

Artículos de revistas

Título y subtítulo del artículo, nombre(s) del(los) autor(es), nombre de la revista, año, volumen, número o equivalente; página donde comienza el artículo y página donde termina.

Artículos periodísticos

Título y subtítulo del artículo, nombre(s) del(los) autor(es), nombre del periódico, sección y página(s) donde se publicó y día y año en que se publicó.

Videocasetes y películas

Título y subtítulo de la videocinta, documental filmado, película o equivalente; nombre del(los) productor(es) y director(es), nombre de la institución o empresa productora, lugar y año de producción.

Trabajos presentados en seminarios, conferencias, congresos y eventos similares

Título y subtítulo del trabajo, nombre(s) del(los) autor(es), nombre completo del evento y asociación, organismo o empresa que lo patrocina, mes y año en que se llevó a cabo y lugar donde se efectuó.

Entrevistas realizadas a expertos

Nombre del entrevistado, nombre del entrevistador, fecha precisa cuando se efectuó la entrevista, medio a través del cual se transcribió o difundió, tema de ésta, dirección o lugar donde se encuentra disponible y la forma en que está disponible (transcripción, cinta, videocasete, etc.).

Tesis y disertaciones

Título de la tesis, nombre(s) del(los) autor(es), escuela o facultad e institución de educación superior donde se elaboró la tesis (Escuela de Psicología de la Universidad________) y año.

Documentos no publicados (manuscritos)

Título y subtítulo del documento, nombre(s) del(los) autor(es), institución o empresa que apoya al documento (por ejemplo, si se trata de apuntes de alguna materia, es necesario anotar el nombre de ésta, el de la escuela o facultad correspondiente y el de

la institución) —hay desde luego documentos personales que carecen de apoyo institucional—; lugar y fecha (mes y año) en que fue producido o difundido el documento y la dirección donde se encuentra disponible.

Con el propósito de que el lector observe qué información se requiere obtener para diversos tipos de referencia, a fin de incluirlas en la bibliografía, se recomienda consultar las referencias bibliográficas de este libro.

Ejemplos de maneras de recopilar referencias

Como se mencionó antes, al recopilar información de referencias a veces se extrae solamente una idea, mientras que en otros casos varias ideas. Veamos algunos ejemplos de recopilación de información extraída de fuentes primarias, con objeto de ilustrar la manera en que se realiza esta recopilación en fichas o notas de trabajo bibliográfico (obsérvese que en todos los casos se incluye la referencia completa).

Una idea extraída de una referencia

FIGURA 3.2
EJEMPLO DE UNA FICHA BIBLIOGRÁFICA CON UNA IDEA

Primero se pone el apellido del autor; de este modo la referencia se localiza más fácilmente en un fichero de biblioteca.

Howitt Denis (1982). Mass media and social problems. Oxford, Inglaterra: Pergamon Press, p. 52.
En una situación de crisis macrosocial (guerra, catástrofe, asesinato de una figura pública, recesión económica), se incrementa la necesidad de la población por obtener información de los medios de comunicación colectiva sobre los eventos de la crisis.

Una cifra extraída de una referencia

FIGURA 3.3.
EJEMPLO DE UNA FICHA BIBLIOGRÁFICA CON UNA CIFRA

Fernández-Collado, Carlos; Baptista Pilar; y Elkes Déborah (1986). La televisión y el niño. México, D. F.: Editorial Oasis, p. 33.

Los niños de la ciudad de México ven —en promedio— 3 horas diarias de televisión.

Una idea extraída de la referencia más la opinión del investigador sobre esta idea o alguno de sus aspectos

FIGURA 3.4

Neisser, Ulric (1979). The concept of intelligence.
En Robert J. Stennberg y Douglas K. Detterman (editores), "Human Intelligence: perspectives on its theory and measurement". Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation, pp. 179-189.

Idea

La inteligencia en sí no existe excepto como un retrato de un prototipo, pero el concepto de persona inteligente está basado en hechos, por ejemplo, en características humanas genuinamente correlacionadas. La similitud de un individuo con el prototipo puede ser medida, pero solamente de manera parcial. No todos los atributos relevantes proporcionan por sí mismos una medición estandarizada. Tal medición parcial tiende a crear su propio prototipo y su propia categoría.

Opinión

En este sentido, una alternativa de la psicometría es no pretender medir "la inteligencia" como tal y hacer comparaciones entre individuos en cuanto a este prototipo general (que es ambiguo y varía de acuerdo con los diferentes enfoques existentes para su estudio). En cambio, tal vez resultaría conveniente medir las características humanas que algunos han concebido como componentes de la inteligencia (fluidez verbal, orientación espacial, etc.), y hacer comparaciones entre individuos en cada una de esas características en particular. Así, hablaríamos de que una persona posee mayor fluidez verbal que otra, etc.; pero no diríamos que es más inteligente.

Análisis de una idea extraída de una referencia

FIGURA 3.5.
EJEMPLO DE UNA FICHA BIBLIOGRÁFICA CON UNA IDEA ANALIZADA

Freedman, Jonathan L.; Sears, David O.; y Carlsmith, J. Merrill (1981). Social psychology. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall. Cuarta edición, p. 209.
Descubrir similitudes con alguien, produce mayor atracción hacia esa persona. Pero la teoría del balance sugiere que lo opuesto también ocurre, cuando alguien nos resulta atractivo; esperamos concordar con esa persona en aspectos de los cuales no hemos hablado aún con ella. Es decir, las variables atracción y similitud están correlacionadas. La similitud incrementa la posibilidad de atracción y viceversa. Cuando una persona nos resulta atractiva, buscamos los aspectos que tiene en común con uno y les damos una valencia más elevada a éstos, tratando de minimizar los aspectos disimilares.

Varias ideas y datos extraídos de una referencia

FIGURA 3.6

EJEMPLO DE UNA FICHA BIBLIOGRÁFICA CON VARIAS IDEAS Y DATOS

Paniagua J., María de la Luz (1980). Grado de aplicación y mercado de trabajo de la mercadotecnia en México. *Centro de Investigación en Ciencias Administrativas de la Sección de Graduados de la Escuela Superior de Comercio y Administración*, Instituto Politécnico Nacional; p. 72, 88, 89, 91.

En un estudio que incluyó a 124 empresas de la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, San Luis Potosí, Chihuahua, Veracruz y Saltillo (66% ubicadas en la Cd. de México, el 11% en Guadalajara, el 8% en Monterrey y el 14% de las demás ciudades) se encontró —entre otros aspectos— lo siguiente:

1) El 74% de las empresas no tienen planes futuros en el área de mercadotecnia.
2) Las empresas más antiguas son los que aplican en mayor medida la mercadotecnia (hay una relación entre la fecha de constitución de la empresa y el grado de aplicación de la mercadotecnia).
3) A mayor tamaño de las empresas, mayor el grado en que aplican la mercadotecnia (correlación = .40, p<.001).

4) A mayor tamaño de las empresas, más altos son los salarios que ofrecen al personal que trabaja en el área de mercadotecnia.
5) Las empresas de mayor tamaño presentan más variedad de profesiones entre su personal del área de mercadotecnia.
6) A mayor tamaño de la empresa, mayor número de puestos hay en el área de mercadotecnia.

Reproducción textual de una o varias partes de la referencia

FIGURA 3.7

EJEMPLO DE UNA FIGURA BIBLIOGRÁFICA CON REPRODUCCIÓN TEXTUAL

Segovia, Rafael (1982). La politización del niño mexicano. México, D.F.: El Colegio de México, pp. 104-105.
"En la escuela primaria hay una clara tendencia a señalar enemigos entre

aquellos países sobre los que se tiene una escasa información (Francia e Inglaterra) que pronto ceden ante aquellos que se empiezan a conocer (la URSS y Cuba), o sea que, en caso de no haber un nuevo elemento capaz de crear un halo de hostilidad en torno a una nación, como el socialismo o el comunismo, la idea de enemistad va desapareciendo.
Pero incluso la enemistad hacia los países socialistas no crece: o se estabiliza, o se refugia en los grupos de bajo status social, como los obreros y los campesinos, donde se dan mayores niveles de intolerancia. El rechazo del socialismo se produce como era de esperarse, también en los estados menos desarrollados del país".

Resumen de una referencia

FIGURA 3.8

EJEMPLO DE UNA FICHA BIBLIOGRÁFICA QUE RESUME UNA REFERENCIA

Barnett, George A. y McPhail Thomas L. (1980). An examination of the relationship of United States television and canadian identity. International Journal of Intercultural Relations, vol. 4, pp. 219-232.

La investigación se centra en analizar el impacto que tiene el importar programas de televisión sobre la identidad nacional de un país. Concretamente se estudia el efecto que la televisión norteamericana tiene sobre la identidad nacional canadiense. Al analizar los resultados obtenidos en una muestra de 149 estudiantes canadienses inscritos en una Universidad de Ottawa, se encontró que aquellos que ven más programas de televisión americana, tienden a percibirse a sí mismos más americanos y menos canadienses. Las personas que ven una cantidad extrema de televisión norteamericana se identificaron más con el concepto de "Estados Unidos" que con el concepto "Canadá".

El estudio utilizó la técnica de escalamiento métrico multidimensional y el programa de computación Galileo, versión 3.9. Asimismo, los resultados se basaron en comparaciones entre el "yo" y los conceptos "Estados Unidos" y "Canadá".

Wiersman (1986) sugiere una excelente manera de resumir una referencia que incluye: 1) cita o datos bibliográficos, 2) problema de investigación, 3) sujetos, 4) procedimiento(s) de la investigación y 5) resultados y conclusiones. La figura 3.9 sería un ejemplo de ello:

FIGURA 3.9

EJEMPLO DE FICHA BIBLIOGRÁFICA SUGERIDA POR W. WIERSMA

SPURGEON, PETER; HICKS, CAROLYN; y TERRY, ROSALYN. A preliminary investigation into sex differences in reported friendship determinants amongst a group of early adolescents. The British Journal of Social Psychology, Vol. 22, pp. 63-64.

Problema: Determinar si hay diferentes tipos globales de relación amistosa entre sexos y dentro de cada sexo, así como los determinantes de dichos tipos globales.

Sujetos: 26 adolescentes de 11 a 12 años de edad (15 jovencitas y 11 muchachos) que cursan el último año de escuela básica (middle school).

Procedimiento: A los sujetos se les administró un cuestionario para avalar un rango de determinantes de la amistad, el cuestionario estuvo basado en descubrimientos de investigación sobre las razones más importantes subyacentes en la formación y mantenimiento de la amistad. Se incluyeron preguntas cerradas (con escala de cinco puntos) concernientes a razones ambientales, sociológicos y de personalidad; y preguntas abiertas acerca de la naturaleza de la amistad y la relación amistosa. Asimismo, se les pidió que calificaran a su mejor amigo(a) en cada pregunta, y a su segundo y tercer amigo(a).

Resultados y conclusiones:
En el caso de las jovencitas, las razones para vincularse con su mejor amiga son cualitativamente diferentes de las razones para vincularse a su segunda o tercera mejor amiga. Los aspectos más importantes para la mejor amistad fueron —en orden— "jugar juntas", "sentarse juntas" y tener "la misma actitud positiva" hacia la escuela. Menos importante resultó "vivir cerca". Respecto a la segunda y tercera mejor amiga, los aspectos más relevantes fueron similares en ambos casos (v.g., "actitud positiva" hacia la escuela, "agradar a la maestra" y "sentarse juntas". En cambio, "visitar el hogar de la otra persona y viceversa" es menos importante.

En contraste, el orden de aspectos importantes de la amistad entre los jóvenes es idéntico entre los tres niveles (mejor amigo, segundo y tercer lugar). Los aspectos más destacados fueron: "actitud negativa" hacia la escuela, "jugar y sentarse juntos". "Visitar el hogar del otro y viceversa" fue menos importante.

Desde un punto de vista global, las percepciones de ambos sexos en relación con los determinantes importantes de la amistad son muy similares ($r=+.82$, $p=0.01$). Las respuestas a las preguntas abiertas fueron clasificadas como situacionales, contractuales o psicológicamente internas. Los resultados demostraron un paso a través de las fases de la amistad. El 97% de las relaciones amistosas de las jovencitas están basadas en razones psicológicas internas, mientras que para los jóvenes se distribuyen entre razones psicológicas internas (54%) y contractuales (45%).

Esta investigación inicial revela que, para ambos sexos, los aspectos más importantes en la amistad adolescente son similares, pero que hay diferencias en la variación de niveles de amistad que puede reflejar preferencias por actividades distintas o tasas de maduración entre ambos sexos.

Cuando ya ha sido extraída y recopilada —de las referencias pertinentes para nuestro problema de investigación— la información que nos interesa, estaremos en posición de lo que propiamente se denomina "elaborar el marco teórico", el cual se basará en la integración de la información recopilada.

El primer paso que para tal efecto puede llevarse a cabo es *ordenar la información recopilada*, siguiendo uno o varios criterios lógicos y adecuados al tema de la investigación. A veces se ordena la información cronológicamente, en otras ocasiones por subtemas o por teorías, etc. Así, por ejemplo, si utilizamos fichas para recopilar la información, las ordenamos de acuerdo con el criterio que hayamos definido. Hay quien trabaja siguiendo su propio método de organización; en definitiva lo que importa es que el método sea eficaz.

3.4. ¿CÓMO SE CONSTRUYE EL MARCO TEÓRICO?

Uno de los propósitos de la revisión de la literatura es analizar y discernir si la teoría existente y la investigación anterior sugiere una respuesta —aunque sea parcial— a la pregunta o preguntas de investigación o una dirección a seguir dentro del tema de nuestro estudio (Dankhe, 1986). La literatura revisada nos puede revelar, en relación con nuestro problema de investigación, lo siguiente:

1) Que existe *una teoría completamente desarrollada*, con abundante evidencia empírica[2] y que se aplica a nuestro problema de investigación.
2) Que hay *varias teorías* que se aplican a nuestro problema de investigación.
3) Que hay *"piezas y trozos" de teoría con apoyo empírico* moderado o limitado, que sugieren variables potencialmente importantes y que se aplican a nuestro problema de investigación (generalizaciones empíricas o microteorías).
4) Que *solamente existen guías aún no estudiadas* e ideas vagamente relacionadas con el problema de investigación (Dankhe, 1986).

[2] La evidencia empírica se refiere a los datos de la realidad que apoyan o dan testimonio de una o varias afirmaciones. Se dice que una teoría ha recibido apoyo o evidencia empírica, cuando hay investigaciones científicas que han demostrado que sus postulados son ciertos en la realidad observable o medible. Las proposiciones o afirmaciones de una teoría pueden tener diversos grados de evidencia empírica: a) si no hay evidencia empírica ni en favor ni en contra de una afirmación, a ésta se le denomina "hipótesis"; b) si hay apoyo empírico, pero éste es moderado, a la afirmación o proposición suele denominársele "generalización empírica"; y c) si la evidencia empírica es abrumadora, hablamos de "ley" (Reynolds, 1971, p. 80).